



# Bacheloroppgave

**ADM650 Jus og administrasjon**

**Bytterett for feilfrie varer**

**Espen Bjørk og Raymond Denis III Iradukunda Nsabimana**

**Totalt antall sider inkludert forsiden: 33**

**Molde, 09.05.2016**



**Høgskolen i Molde**  
Vitenskapelig høyskole i logistikk

## Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none"><li>• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.</li><li>• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.</li><li>• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.</li></ul>	<input type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høyskoler i Norge, jf. <a href="#">Universitets- og høgskoleloven</a> §§4-7 og 4-8 og <a href="#">Forskrift om eksamen</a> §§14 og 15.	<input type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se <a href="#">Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver</a>	<input type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens <a href="#">retningslinjer for behandling av saker om fusk</a>	<input type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av <a href="#">kilder og referanser på biblioteket sine nettsider</a>	<input type="checkbox"/>

# Publiseringsavtale

**Studiepoeng:** 15

**Veileder:** Odd Anders Bøyum-Folkeseth

## Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

**Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:**

☒ ja

☐ nei

**Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?**

☐ ja

☒ nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

**Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?**

☐ ja

☐ nei

**Er oppgaven unntatt offentlighet?**

☐ ja

☒ nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. Jfr. Offl. §13/Fvl. §13)

**Dato:** 09.05.2016

**Antall ord:** 8086

## **Forord**

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttning på bachelorgraden Jus og Administrasjon ved Høgskolen i Molde.

Vi vil første og fremst takke vår veileder Odd Anders Bøyum-Folkeseth, for gode råd, veiledning og høy tilgjengelighet under oppgaveskrivingen.

Vi vil også takke hverandre for innsatsen, familie og venner for deres støtte og forståelse i forbindelse med de siste 3 årene.

Oppgaven har vært svært lærerikt å skrive, og håper den blir like lærerik for den som leser.

Tusen Takk!

Molde, Mai 2016.

## Sammendrag

Denne bacheloroppgaven tar for seg legale måter å bytte kurante varer.

Oppgaven er delt inn i tre hoveddeler som tar for seg avtalerett, angrerett og bytterett.

Vi ser på generelt på avtaleretten og spesielt på de deler av den som berører forbrukerkjøp og handel. Herunder ser vi på avtalens startfase, avslutning og eventuelle muligheter for å gå vekk fra avtalen i etter den er inngått.

Vi gjør en analyse av angreretten og hvordan spiller inn på forbrukerkjøp. Vi fokuserer spesielt på hvordan angreretten spiller inn i nye handelsfenomener som "collect-at-store" og betaling via internettløsninger i butikk.

Bytteretten deler vi opp i to deler. Vi ser på tilfeller hvor bytteretten må anses som forhåndsavtalt og hvor bytteretten kommer inn som en sedvanerett.

Til slutt oppsummerer og konkluderer vi oppgaven. Her kommer vi blant annet frem til at det finnes en sedvanerett for bytting av feilfrie varer i bokhandel- og klesbransjen.

<b>1.0</b>	<b>Innledning .....</b>	<b>1</b>
1.1	Bakgrunn for valg av tema .....	1
1.2	Problemstilling .....	2
1.3	Avgrensninger .....	3
<b>2.0</b>	<b>Avtalerett .....</b>	<b>4</b>
2.1	Avtalerettslige prinsipper .....	4
2.2	Når er en avtale inngått? .....	4
2.3	Twister rundt avtalen .....	6
2.4	Ugyldighet og mangler .....	6
2.4.1	Reklamasjon .....	7
2.4.2	Garanti .....	7
<b>3.0</b>	<b>Angrerett .....</b>	<b>8</b>
3.1	Angrerettlovens virkeområde .....	8
3.2	Nærmere om innholdet i angreretten .....	9
3.3	Prosessuelle regler .....	12
3.4	Unntak fra angreretten .....	12
<b>4.0</b>	<b>Bytterett .....</b>	<b>14</b>
4.1	Innledende om bytteretten .....	14
4.2	Forhåndsavtalt bytterett .....	14
4.3	Sedvane for bytterett .....	17
4.3.1	Sedvaner i handel .....	18
4.3.2	Bytterett som sedvane .....	19
<b>5.0</b>	<b>Konklusjon .....</b>	<b>25</b>
	<b>Litteraturliste .....</b>	<b>27</b>

# 1.0 Innledning

## *1.1 Bakgrunn for valg av tema*

Prosessen med å skrive denne oppgaven startet med å finne et tema vi gjerne ville finne ut av og skrive mer om. Vi ble raskt enige om at temaet måtte være dagsaktuelt, spennende og engasjerende, ikke bare for oss men også for leserne.

Vi bestemte oss for å skrive om hvordan man kan bytte varer man ikke er helt fornøyd med. Valget falt på dette temaet på grunn av at vi har en reel interesse for temaet. Begge forfattere av denne oppgaven har jobbet ved siden av studier de tre siste årene og har selv følt på utfordringene ved bytting av varer. Vi har også hatt en forkjærlighet for den juridiske delen av studiet, og det har blitt vår sterkeste faglige side.

Vi opplevde av og til at kundene var misfornøyd og angret på kjøpet, og ønsket å bytte varen de hadde kjøpt. Det virket som det var lite kunnskap om hvilke rettigheter man har og ikke har, både hos butikkansatte og kunder. Det fikk oss til å spørre; hva slags forventinger kan man ha til å få byttet sitt produkt? Bør man justere forventningene avhengig av hvilken butikk og bransje man handler i?

Da vi begynte å undersøke temaet fant vi at det var en mangel på faglitteratur på området. Det var ofte bare nevnt i en liten notis i bøker om kjøp- eller avtalerett. Derimot fant vi at det var betydelig mer publisert på nett, både hos dedikerte sider<sup>1</sup>, men også hos nettaviser og forbrukerblogger. Vi følte at det var rom for å klargjøre temaet ytterligere, og å prøve å se faglitteraturen i sammenheng med artikler på nettet.

---

<sup>1</sup> Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Forbrukertvistutvalget har alle sine egne nettsider

Så hva kjennetegner bytterett? Hva skiller bytterett i forskjellige bransjer? Og hva har vi egentlig krav på? Håpet er at gjennom et aktivt fokus på dette temaet skal vi øke vår og leserens kunnskap om bytterett.

Derfor valgte vi problemstillingen:

**«I hvilken grad kan man bytte feilfrie varer?»**

## ***1.2 Problemstilling***

Ut ifra problemstillingen vår har vi valgt å dele opp oppgaven i tre hoveddeler. Først vil vi se på avtalerettslige prinsipper og se på hvilke muligheter som finnes for å gå vekk fra en avtale. Her vil vi hente inn informasjon om relevante lover og praksis fra lovverk, bøker, tidsskrifter og nettsider. Målet med dette er å få en oversikt over temaet slik at vi senere i oppgaven kan se paralleller og forsøke å trekke linjene mellom regelverk og praksis i butikk.

I andre del av oppgaven vil vi se på angrerettlovens paragrafer og hvordan de påvirker forbrukerkjøp. Her vil oppgavens første del om hvordan en avtale blir inngått komme inn og hjelpe oss å tolke angrerettens bestemmelser.

I siste hoveddel av oppgaven vil vi fokusere spesielt på bytteretten i de tilfeller som ikke er omfattet av angrerettsloven. Her vil vi se på tilfeller hvor bytteretten er avtalt på forhånd. Vi vil også drøfte og veie ulike elementer for å se om bytteretten faktisk har blitt en rett, eller om det kun er god service og se på ulike bransjers praksis rundt bytterett. Det vil også bli sett på tilfeller hvor bytteretten er uklar, og vi vil diskutere grensetilfeller og interessante tvister.

I avslutningen av oppgaven vil vi forsøke å trekke en konklusjon basert på drøftingene gjort i hoveddelen. Vi vil oppsummere hoveddelene i oppgaven og trekke linjene gjennom oppgaven tilbake og kommentere hypotesen vår opp mot konklusjonen.



Hypotesen for problemstillingen er at det ikke finnes noe sedvanerett for bytterett. Vi tror dette fordi det bare er god service eller kulans, ikke en lovfestet plikt for butikkene. Hvis butikkene ønsker å fjerne denne servicen kan de gjøre det, men da risikere de nok å miste en betydelig andel av kundemassen.

### ***1.3 Avgrensninger***

Vi velger å avgrense til å ha hovedfokus på elektronikk-, bokhandels- og klesbransjen. Vi avgrenser også denne oppgaven til å kun gjelde fysiske varer, produkter man kan ta og kjenne på. Altså vil de finansieringstjenestene de forskjellige bransjene tilbyr være utelukket fra denne oppgaven. Dette gjør vi fordi finanstjenester er et stort og komplekst område som ville ført til at oppgaven blir alt for bred og hadde mistet fokus. Vi holder også bindingsavtaler utenfor oppgaven da disse ofte er utelatt fra bytterettsordninger.

## 2.0 Avtalerett

I denne delen av oppgaven vil se på hvilke avtalerettslige prinsipper som er med å definere samfunnet vi lever i. Vi vil se på hvordan en avtale blir til og hvilke unntak som kan påvirke en avtale som er godtatt av begge parter. Til slutt vil vi se på lovgivning rundt varer med mangler.

### ***2.1 Avtalerettslige prinsipper***

Avtaler er det verktøyet vi bruker for å regulere rettigheter og plikter mellom oss som privatpersoner, næringsdrivende og offentlige instanser. For at avtaler skal kunne ha denne funksjonen i samfunnet er det helt sentralt at rettslig bindende avtaler holdes.

Et grunnleggende prinsipp i norsk og internasjonal rett er Pacta sunt servanda, direkte oversatt til «avtaler skal holdes». Det har vært viktig prinsipp norsk og nordisk lov i snart 500 år og ble først introdusert i Norge ved Kong Christian den femtes norske lov 5-1-2. Prinsippet er basert på god tro, som indikerer at en part i avtalen ikke kan påberope urimelige grunner for en unnlatelse av å utføre avtalen.

### ***2.2 Når er en avtale inngått?***

Enkelt forklart kommer en avtale i stand ved at en part setter frem et tilbud som en annen part aksepterer. Dette høres enkelt ut men det er imidlertid ikke alltid lett å fastslå om to parter har inngått en bindende avtale. Kjøp er den mest betydningsfulle kontraktstypen og de fleste av oss er i berøring med den daglig.

Avtaler kan inngås på mange forskjellige måter. Avtaler om kjøp kan f.eks. inngås muntlig eller skriftlig ved tilbud fra selgeren og aksept fra forbrukeren/kunden, forhandlinger mellom partene, passivitet mv. Reglene om avtaleavslutning er forskjellige og er relatert til måten kjøpsavtalen blir inngått på. Et grunnleggende prinsipp i kjøpsretten er at

partene har avtalefrihet, det vil si at det er opp til partene å bestemme innholdet og vilkårene i avtalen.

Grunnlaget til kjøpsregler er at tilbyderer har rett til å få en aksept eller en avkreftelse på om kunden ønsker å benytte seg av tilbudet eller ikke. Aksept kan enten være eksplisitt eller implisitt. Eksplisitt aksept kan enten være skriftlig eller muntlig mens implisitt aksept skjer gjennom handling eller oppførsel til personen som aksepterer tilbudet. De fleste avtaler vi gjør i hverdagen er gjerne så åpenbare at man ikke trenger noe skriftlig eller muntlig aksept fra kunden. Det er dette som kalles for taus aksept. Det er derfor ikke noe behov for å eksplisitt utale et ønske om å gjennomføre avtalen, handlingene til kunden er nok for å gi sin aksept.

For eksempel, om en person setter seg på drosje ned til Molde sentrum, er han klar over at drosjen kommer til å kreve at han betaler for at han skal bli kjørt til sin planlagte destinasjon. Personens handling ved å sette seg på drosje, er en implisitt aksept som viser at personen aksepterer tilbudet om å bli kjørt av drosje mot at man betaler for billetten sin.

Avtaler er et viktig institutt i vårt samfunn. Uten avtaler er det umulig å få til en handel, som er en grunnleggende for økonomien, interaksjon mellom mennesker og forholdet vårt til andre land. Av og til oppstår konflikter mellom partene. Da er det nødvendig med rettsregler som regulerer hvordan avtaler blir til, hva slags vilkår de skal ha, og hvordan de skal tolkes. Dette er det vi kaller avtalerett.

Lovbestemmelser om avtaleinngåelse finnes i avtaleloven fra 1918, men i norsk rett er reglene om når man blir bundet til en avtale ulovfestet. For å finne grensen mellom forpliktende og uforpliktende opptreden, må vi se til anerkjent rettspraksis (Meltvedt 2014). Rettslig bindende avtaler foreligger først når to eller flere parter er blitt enige om en avtale dem imellom. «Det som særpreger en rettslig bindende avtale, er at den kan gjennomføres ved domstolenes hjelp, enten ved at det avsies dom for at parten skal oppfylle avtalen, eller ved at parten dømmes til å betale den andre parten erstatning som

tilsvarer hans økonomiske interesse i avtalen» (Woxholth 2014). Det er også viktig å vite hva domstolen legger vekt på når saker som dette kommer til retten. Når partenes intensjoner skal fastsettes, er det ikke bare hva partene sa eller skrev som er relevant, men også det som måtte ha fremkommet gjennom deres handlinger, unnlatelser og oppførsel.

## **2.3 *Twister rundt avtalen***

Lovens vilkår er vage og legger opp til en skjønnsmessig vurdering om avtalen kan legges til side eller ikke. Norsk avtalerett har et utgangspunktet om et løfteprinsipp mellom partene. Løfteprinsippet kan kun trekkes tilbake under visse omstendigheter, i så fall blir partene ikke bundet av avtalen. Det viktigste her er at avtaler som er inngått på en lovlig måte kun tilbakekalles ved gjensidig samtykke mellom partene.

Et unntak er derimot avtalelovens § 39 annet punktum som gir partene en begrenset mulighet til å legge avtalen til side gjennom reglene for tilbakekall dersom særegne omstendigheter skulle tilsi dette, og løftemottaker ikke har innrettet seg etter løftet.

## **2.4 *Ugyldighet og mangler***

Dette faller i utgangspunktet utenfor vår oppgave, men fordi vi opplever en viss begrepsforvirring, ønsker vi å klargjøre noen forskjeller. Dette er også et slags avtalebrudd og går indirekte inn under unntak fra avtalen.

Forbrukerkjøpsloven som har samlet alle reglene om forbrukerkjøp i egen lov, åpner for mulighet til å gå bort fra en avtale selv om det ikke foreligger feil. §3, 1.ledd er eksempel på slik unntak. En avtale kan helt eller delvis settes til side for så vidt det ville virke urimelig eller være i strid med god forretningsskikk å gjøre den gjeldende. Ved avgjørelsen tas det ikke bare hensyn til avtalens innhold, men også partenes stilling og forholdene ved avtalens inngåelse, men også senere inntrådte forhold for øvrig.

Usikkerhet rundt avtaleinngåelse kan ha store økonomiske, praktiske og forretningsmessige konsekvenser, for ikke å snakke om den belastningen en slik usikkerhet kan innebære for de involvert. I gjennomføringen av avtaler med stor økonomisk konsekvens som hus, bil, båt og lignende er det ofte forhandlinger før man blir enige om å inngå en avtale. I slike tilfeller er det spesielt viktig å vite hva som skal til for at avtalen er inngått og hvilke momenter i avtalen som blir bindende.

#### **2.4.1 Reklamasjon**

Hvis forbrukeren har kjøpt en varen med en mangel, så kan man reklamere på produktet etter forbrkj. § 27. Hvis man oppdager at produktet har en feil, må man innen rimelig tid si fra til selgeren. Det er verdt og merke seg at ifølge lovens forarbeider vil fristen for å fremstille mangelen begynne å løpe i det forbrukeren *burde* ha oppdaget feilen.

Hva som er rimelig tid vil kunne variere mellom forskjellige bransjer og produkter, men loven sier at denne fristen må minst være 2 måneder. Hvis det gjelder en vare med kort holdbarhet, vil det ofte måtte kreves raskere reklamasjon enn hvis det er snakk om mer varige produkter. Andre forhold som også vil spille inn i vurderingen, er hva slags type mangel det er og kjøperens situasjon. Dessuten vil individuelle forhold, som f.eks. reisefravær eller sykdom lettere kunne gi grunnlag for å utvide reklamasjonsfristen.

#### **2.4.2 Garanti**

En garanti er noe en næringsdrivende selger kan gi for å gi forbrukeren utvidede rettigheter med tanke på hva som skal oppfattes som en mangel, jf. Forbrkj. § 18a. Man bør her merke seg at det ikke er lovpålagt å gi garanti, og at begrepene garanti og reklamasjon ofte blandes. En garanti kan bli gitt av selger for å berolige kunden om at spesielle egenskaper ved produktet vil bli ivarettatt, eller at produktet i sin helhet vil fungere optimalt i en viss tid. Hvis en feil faller innenfor garantien gitt av selger, må selger forholde seg til feilen som en mangel. Selger er da forpliktet etter forbrukerkjøpsloven til å behandle feil som en mangel som ellers hadde vært dekket av reklamasjon.

## 3.0 Angrerett

I dette delkapittelet skal vi først ta for oss innledende forutsetninger for angreretten. Så vil vi se på angrerettlovens virkeområder, før vi redegjør for noen unntak.

### **3.1 Angrerettlovens virkeområde**

Lovens virkeområde er omtalt i Angrl. § 1 og omfatter «salg av varer og tjenester, når den næringsdrivende opptrer i næringsvirksomhet, og avtalen inngås ved fjernsalg eller salg utenom faste forretningslokaler». Det mest relevante eksemplet av fjernsalg og salg utenfor faste forretningslokaler er salg i nettbutikk, men det gjelder også salg over telefon og på messer. Hver gang en selger som næringsdrivende gjør et oppsøkende salg vil angrerettloven være gjeldene. Med «næringsdrivende som opptrer i næringsvirksomhet» menes at næringsdrivende som selger gjenstander privat, ikke vil bli omfattet av angrerettloven. Her vil kjøpsloven av 1989 være gjeldene. Med forretningslokalene menes det fysiske området, dermed selve butikken, men også tomten og fortau og lignende rundt bygningen.

Det fremgår av angl. § 1 andre ledd at angreretten også gjelder når en ikke-næringsdrivende selger opptrer for en næringsdrivende som en mellommann. En slik presisering hjelper til med å skape klarhet i loven og forebygger smutthull.

Angrl. § 3 sier at «loven kan ikke fravikes ved avtale til ulempe for en forbruker». Dette er en parallell til forbrukerkjøploven § 3, som sier mye av det samme, men som utdyper det at det ikke kan gjøres «gjeldende vilkår som er ugunstigere for forbrukeren enn det som følger av lov». Det er her viktig og legge merke til at loven ikke legger begrensninger på avtaler til ulempe for den næringsdrivende. Butikker kan dermed gå med på avtaler som gir dem dårligere rettigheter enn det loven i utgangspunktet sier. Dette gjøres gjerne for å gi den næringsdrivende en konkurransefordel. Slik konkurranse er bare til fordel for forbrukeren.

### **3.2 Nærmere om innholdet i angreretten**

Angrerettens virkeområder er kontrakter inngått utenfor en selgers faste utsalgssted. Men hva legger vi egentlig i det? Betyr det at angreretten gjelder hver gang vi handler utenfor en butikk?

Lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler av 2014(angrerettloven) skal beskytte forbrukeren mot impuls kjøp, kjøp av varer man ikke hadde planlagt på forhånd. Før internett og telefon var dørsalg og postordresalg mer vanlig enn det er i dag. Dette innebar at selger kom til deg med et tilbud, enten ved å møte opp på døren din eller ved å sende deg bestillingsseddel i posten. Det skal mange tilfældigheter til for at produktet du blir presentert på dørstokken er et kjøp du allerede har planlagt. Det oppsto derfor et behov for å beskytte forbrukeren, og det resulterte i angrerettloven i 1972. Denne loven skulle ta for seg alle salg utenfor fast utsalgssted, med visse unntak. De mest aktuelle var som nevnt dørsalg og postordre, men også messesalg, «home parties» og telefonsalg ble omfattet av loven (Martinussen, 2004). Loven ble endret for å ta hensyn til direktiv 2011/83/EU, Forbrukerrettighetsdirektivet, som tok sikte på å oppdatere og forenkle forbrukernes rettigheter ovenfor forhandlerne (Barne- likestillings- og inkluderingsdepartementet 2013. Det samme gjort for å oppdatere EUs Dørsalgdirektiv og Fjernsalgsdirektiv av henholdsvis 1985 og 1997 for å holde seg oppdatert mot moderne handlevaner. Lovendringen av 2014 var en oppdatering av angrerettloven av 2000. EU jobber aktivt med å forbedre disse direktivene, siden de har et formål om å forenkle handel over landegrenser i medlemsland (Direktiv 2011/83/EU). Margaret Saxegaard (2016), rådgiver i stortingets Europautvalg, sa i et foredrag 04.03.2016 at forbrukersaker gjerne går lett igjennom Europaparlamentet. Dette er fordi forbrukersaker er noe nesten alle land kan enes om.

I dag er det kjøp over internett som er mest aktuelt. Angreretten har utviklet seg i takt med handelsvanene, så internett ble innlemmet i loven da det ble relevant. Formålet med angreretten er å beskytte forbrukerne mot aggressiv markedsføring fra selgerens side, men forbruker kan utøve sin angrerett uavhengig av hva som i ettertid får ham til å

ombestemme seg og si seg løs fra kjøpet (Selvig 2006). Selv om internett er fullt med reklame og til dels slue markedsføringsmetoder (som å tilpasse søkeresultater til personlige preferanser (Google, 2016)), så er det først og fremst tilgjengeligheten på nettbutikkene som gjør at en angrerett er nødvendig.

Et interessant aspekt ved hvordan internetthandelen har utviklet seg, er muligheten til å plukke opp varen i butikk eller på et lager. Mange store butikker tilbyr muligheten for å hente varen etter kort tid og å slippe fraktkostnader. Det interessante spørsmålet som kommer er da om det er et internettkjøp eller ikke? Gjelder Angreretten når produktet blir hentet i butikk?

Flere store butikker i forskjellige bransjer tilbyr dette, dog i litt varierende form. Elkjøp og Lefdal har sin «Collect-at-store»-ordning, Bokhandelen ARK har sin «Klikk og Hent», XXL sin «Pickup@Store». Kjært barn har mange navn. Martin Skaug Halsos, kommunikasjonsrådgiver i Forbrukerrådet uttalte i 2010 til DinSide at dette er komplisert og ordvalget på nettsiden kan bli avgjørende for om angreretten gjelder (Dinside.no, 2010).

Det som vil være avgjørende er om man *bestiller* eller *reserverer* på nettet og hvor man betaler. Ser vi på eksemplene over er både Elkjøp og ARK klare på at det på nettet gjøres en reservasjon i butikken som kan hentes etter 1 til 2 timer. Avtalen vil da normalt bli inngått ved taus aksept i det produktet blir betalt. Det er i disse to butikkene kun mulig å gjøre reservasjoner i de butikkene som har varen på lager. Det presiseres også at betalingen blir gjort i kassen i butikkens lokaler. Dette betyr at angreretten ikke blir gjeldene, da avtalen om kjøp blir gjort i butikken og ikke på nett.

På den andre siden har vi XXL. Her er det lagt opp til at kjøpet blir gjort på nettet og at det kun er avlevering som blir gjort i butikk. De skriver på sin nettside at varen blir sendt fra nettlageret og kan hentes i utvalgte butikker innen 1 til 4 virkedager. Dette virker likevel ikke som en feil fra XXL sin side, og de informerer om retten til å returnere varen selv om den er hentet i butikk. Det er derfor hvordan avtalen blir inngått som er avgjørende, ikke hvordan varen blir levert.



Fra disse to eksemplene så ser vi at det er hvis betalingen er gjort på nett, så gjelder angreretten. Hvis den er gjort fysisk i butikk, gjelder den ikke. Skaug Halsos påpeker at dette ikke nødvendigvis er sant. Han forteller om et tilfelle hvor kjøper vil få medhold på at angreretten ble gjort gjeldene, selv om produktet både var hentet og betalt, fysisk i butikk. Dette er fordi at kjøper hadde grunn til å anta at en fullverdig, bindende avtale var gjort på internett. Det er derfor avgjørende hvor avtalen blir inngått.

Handler man direkte på nettet kan det være vanskelig å si når kjøperen gir sin aksept. Generelt kan vi si at i det kjøperen trykker "kjøp" el. og gjennomfører betalingen, vil aksepten være gitt og avtalen ferdigstilt. Det er også svært vanlig å sende en bekreftelses-epost nårkjøpsbestillingen har kommet inn i butikkens systemer for å berolige kunden om at avtalen har kommet trygt i havn. Denne bekreftelsesmailen har blitt et krav i EU sitt E-handelsdirektiv og jobbes nå med å innarbeid i norsk lov (Regjeringens nettsider, 2014)

Et annet interessant aspekt er den nylige utviklingen av nye betalingsmåter. De siste årene har betaling via mobiltelefonen blir høyaktuelt og bare de siste par ukene, i skrivende stund, har utviklingen tatt steget videre. Betalingstjenester som Vipps og MCash blir stadig mer aktuelle i flere bransjer. Til nå har de kun være tilgjengelige i dagligvarebutikker ettersom det har vært en grense på hvor stort beløpet kan være. Dette endret seg derimot i det Vipps gikk inn i Elkjøps nettbutikk, med plan om å utvide til fysiske butikker i tiden som kommer. Problemstillingen da vil jo bli at man kan betale på nettet, selv om hele handelen blir gjort i butikk. Dette er enda så ferskt at verken forbrukerrådet eller andre relevante instanser har kommentert det. Likevel vil vi ta utgangspunkt i at i tilfeller hvor man kun betaler på nett, men handler i butikk, vil ikke angreretten bli gjeldene. Det blir uansett spennende og følge utviklingen av dette fremover.

### **3.3 Prosessuelle regler**

Angrerettloven § 8 fastsetter at næringsdrivende har en opplysningsplikt ovenfor forbrukerne. Her listes punkter fra A til O. Blant annet de viktigste spesifikasjonene til produktet (A), den næringsdrivendes identitet (D) den totale prisen, inkludert avgifter og frakt (E), samt andre forhold som forbrukeren skulle trenge å vite om. Et av de viktigste kravene er Angrl. § 8 H) fastsetter at selger har et ansvar for å informere om «at det foreligger angrerett. Her skal det også legges ved et standardisert skjema for bruk av angrerett, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten. Det påpekes også i (I) at det er kjøperen som står ansvarlig for å betale frakt hvis angreretten benyttes.

Hvis forbrukeren bestemmer seg for å benytte seg av angreretten, må han sørge for at han gir beskjed til selgeren før fristen er ute, jf. angl. § 20. angl. § 21 sier at fristen er 14 dager etter at kunden får varen i sin besittelse. Et unntak til denne bestemmelsen finnes i andre og tredje ledd i angl. § 21. Den sier at hvis den næringsdrivende ikke opplyser om angreretten så utløpet angreretten først 12 måneder etter at avtalen ble inngått. Hvis den næringsdrivende likevel opplyser om angreretten innen disse 12 månedene er fristen 14 dager fra da opplysningene når kunden.

### **3.4 Unntak fra angreretten**

Angrl. § 22 tar for seg de unntak som forbrukeren må forholde seg til. Her listes opp en del forhold som gjør at varen ikke kan angres på. Dette innebærer blant annet «varer som på grunn av sin art blandes med andre varer etter levering på en slik måte at de ikke kan skilles fra hverandre» (A), «varer som forringes eller raskt går ut på dato» All mat som er kjølevarer eller frysevarer har strenge regler for hvordan de skal oppbevares. Dersom forbrukeren er for treg med å sette produktet i kjøledisk eller kjølerom blir det da umulig å levere produktet tilbake til butikken, da kvaliteten på produktet er forringet. Butikker kan ikke ta sjansen på å selge slike varer, de har ingen anelse om hvordan det er behandlet. En ost kan f.eks. ha stått på kjøkkenbenken over natta, og da er ikke osten

lenger «frisk» nok til å selges. (B). Det gjelder også varer som allerede har blitt levert og forbrukeren har gitt uttrykkelige forhåndssamtykke, og hvor forbrukeren har erkjent at angreretten faller bort etter at den næringsdrivende har utført leveringen (C). Et eksempel her er betong til grunnmur eller andre formål. Betong som allerede er støpt er vanskelig å returnere.

Det er også andre litt mer spesifikke unntak. «Forseglede varer som av hensyn til helsevern eller hygiene ikke er egnet for retur, og der forseglingen er blitt brutt etter levering» (G), «forseglede lyd- eller bildeopptak eller forseglet programvare som forbrukeren har brutt forseglingen på» (J) og «tjenester knyttet til fritidsaktiviteter når det i avtalen er fastsatt en bestemt dato eller et bestemt tidsrom for utførelsen av slike tjenester» (M). Bestemmelsen i Angrl. § 22 bokstav M er spesielt interessant da den også innbefatter billetter til konserter o.l. Man har altså ikke angrerett på billetter til en konsert.

## 4.0 Bytterett

I denne delen av oppgaven vil vi først forklare innledende hva bytterett er for noe og forsøke å etablere et juridisk utgangspunkt å diskutere om det finnes en bytterett. Så vil vi se på bytterett som er forhåndsavtalt, før vi avslutter med å se på bytterett som sedvane.

### ***4.1 Innledende om bytteretten***

Fkjl. § 42 tredje ledd sier at «Forbrukeren kan bytte tingen hvis bytterett må anses avtalt eller følger av alminnelige rettsregler». Forbrukeren blir ikke fritatt for å betale kjøpesummen selv om han eller hun leverer varen tilbake til selgeren. Betalingsplikten bortfaller likevel a) ved heving b) hvis vilkårene for angrerett etter angrerettloven er oppfylt, eller c) hvis en rett til tilbakelevering følger av avtalen, f.eks. ved at varen er kjøpt på prøve (hjemlån, deponering, etc.) Forbrukeren kan da bytte varen hvis bytterett anses avtalt eller følger av alminnelige rettsregler. Bytteretten fordeler seg dermed på to scenarioer. Alternativ 1; at bytteretten må anses som avtalt eller 2; følger av sedvane og handelsskikk. Noe av det interessante her er hvor grensen går for avtalt bytterett og sedvane. Det skal i noen tilfeller svært lite til for at bytterett skal være antatt avtalt, og vi skal se nærmere på noen interessante tilfeller her.

### ***4.2 Forhåndsavtalt bytterett***

I enkelte tilfeller kan bytteretten anses som avtalt ved kjøp. Dette kan skje ved at det uttrykkelig avtales ved salg, eller ved at det følger av omstendigheten rundt salget. Flere butikkjeder reklamerer gjerne med utvidede returordninger og bruker det ofte som en aktiv del av markedsføringen. Herunder går butikker med ordninger om åpent kjøp eller andre returretsordninger, samt utvidet bytterett i særdeles hektiske perioder, for eksempel julehandelen.

Dette vil være den vanlige praksisen for store kjeder som ønsker å tilby sine kunder bytterett. Bytteretten anses som en anledning for butikken til å skille seg fra konkurransen og disse kjedene er ofte flinke til å informere kundene om salgsbetingelser på sine nettsider. Dette kan også gjelde enkeltstående, mindre butikker, hvor bytteretten kan gis til lojale kunder over lengre tid og når kunden har spesielle behov, og er avhengig av muligheten til å returnere hele eller deler av bestillingen.

Under forarbeidene til forbrukerkjøpsloven diskuterte Forbrukerkjøpsrådet og relevante departementer og parter muligheten for å implementere en lovfestet bytterett. Partene var skeptiske til å lovfeste dette, samt til å regulere området nærmere. Dette kom av at de eventuelle lovendringene måtte ha brede unntak for å dekke særbehovene til alle relevante bransjer. Det ble også funnet vanskelig å finne generelle vilkår for bytterett som kunne dekke alle bransjer. Konklusjonen ble at bytteretten fungerte godt der det var særlig behov for den, nemlig i handelen av gaver til andre. Det ikke var behov for ytterlig regulering (Tverberg 2008).

Vi har sett på flere bransjer og butikker for å finne en slags konsensus på tvers av bransjene. Dette er butikker som har etablert bytterettspraksis og som er klare på sine unntak. Vi har kommet frem til noen generelle forhåndsregler som bør tas hvis man vil bytte sin vare. Disse forhåndsreglene er tatt fra XXL, Norli og Cubus, og omarbeidet til et enklere språk.

- I. Forbrukeren bør ha kvittering eller byttelapp.
- II. Forbrukeren må returnere varen uten opphold, eller holde en eventuell frist.
- III. Produktet må problemfritt kunne settes ut til salg på ny.
- IV. Produktet kan returneres til alle butikker i samme kjede<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Selv om produktet er kjøpt i kjede A, kan det av og til byttes i kjede B, dersom kjede B har produktet i sitt sortiment.

I flere tilfeller finnes det unntak fra bytteordningen. Generelt virker det som tettsittende klær og undertøy er unntatt fra ordningen, fordi det av hygieniske årsaker blir vanskelige å selge igjen. Dette samsvarer også med våre forhåndsregler om bytting. Også salgsvarer kan være unntatt fra bytteretten. Fra egen erfaring fra butikklivet, kan vi si at dette kan være grunnet i at varene har vært for lenge i butikk. Dette vil igjen falle innunder forhåndsregelen om at varen ikke enkelt kan settes ut til salg på ny. Det interessante aspekt ved dette er at hvis noen varer eksplisitt er unntatt fra returordninger, betyr det da at alle andre varer har en bytterett?

I et tenkt scenario i en butikk er et bord satt opp med nedsatte varer. Ved bordet står det en lapp om at tilbudsvarer er uten bytterett. I butikken ellers står det derimot ikke noe som viser til at de andre varer *har* en bytterett. Vil man da kunne påberope seg en rett til å bytte en ordinær vare? Ved å eksplisitt gå ut å unnlate et bord i butikken fra bytteretten, sier man ikke da indirekte at alt annet er omfattet av bytteretten? Dette er en utfordrende problemstilling, hvor flere aspekter spiller inn.

Hva hvis lappen som er satt ut ikke er presis nok? Hvis det står: "Salgsvarer byttes ikke", begrenses det da til bordet lappen er satt opp ved eller gjelder det alle salgsvarer i butikken? Selv om butikkens ansatte sett ut en slik lapp om at bestemte produkter ikke har bytterett, er et ikke sikkert at de uten opphold godtar bytteretten på de andre varene. Det er her i stort grad opp til eget skjønn for butikkansatte hvordan de håndterer en slik tvist. Uklarheter bør likevel komme forbrukeren til gode. Hvis butikken selv har kommet med et utsagn om bytterett må de også ta konsekvensen av dette. Vi mener derfor i et slike eksempler finnes det en avtalt bytterett, med tanke på omstendigheten rundt salget.

## 4.3 Sedvane for bytterett

Alternativ 2 omhandler situasjoner hvor bytteretten må anses å foreligge, selv uten uttrykkelig avtale.

Martinussen (2004) sier at det er antatt at forbruker har en rett til å bytte visse varer. Dette underbygger han med fkjl. § 42 tredje ledd som sier at bytterett må være antatt hvis det «følger av alminnelige rettsregler». Han mener altså at for visse varer har kunden en sedvanerett til å tilsidesette salgsavtalen og levere tilbake produktet mot godtgjørelse i form av en annen vare eller pengene tilbake. Men kan vi virkelig si at det er en sedvanerett å bytte vare? Gjelder dette alle bransjer og varer? Eller er det for mange vilkår og unntak, slik at uttrykket «bytterett» blir for utvannet?

Sedvane er betegnelse på vanlig handlemåte i det dagligdagse. Det kan på mange måter anses som en praksis mellom mennesker, en slags kutyme, men i en mer formell setting. I kjøpsloven kalles det gjerne handelsbruk. Når en sedvane over lenger tid blir akseptert fra alle parter og anses for gjeldene rett, blir det en sedvanerett. En sedvanerett er en del av de ulovfestede lovene. I motsetning til skrevne rettsregler hvor Stortinget gjennom en lang prosess skal vedta lover, skapes ulovfestet rett gjennom praksis.

Et eksempel på sedvanerett utenfor handel, er lokal sedvanerett. I Balsfjorddommen/Westerbotndommen (Rt-1995. s. 644) fant Høyesterett at beiteretten var hjemlet i lokal sedvanerett. Felles beiterett i utmark mellom flere eiendommer var praktisert i 150 år. Beitet hadde omfattet både storfe, sau og geiter. En av grunneierne la om driften til rent geitehold. De øvrige var av den oppfatning at geiteholdet påførte skogen skader, at vedkommende grunneier ikke hadde beiterett i utmarka, og at den beitingen som tradisjonelt hadde funnet sted, måtte anses som tålt bruk fra grunneiernes side. Høyesterett la til grunn at grunneierne i det aktuelle området hadde en gjensidig beiterett i hverandres utmark på grunnlag av lokal sedvanerett.

I dagens samfunn er de fleste områder lovregulert, så sedvanene spiller en mindre rolle nå enn det gjorde tidligere. De er endret til kutymer, f.eks. lokale kutymer som gjelder

særlig bruken av fast eiendom, f.eks. veirett, fiskerett eller grensen mellom faste eiendommer.

For å kunne vurdere hvor stor innvirkning sedvaneretten får, må man se det i sammenheng med andre rettskildefaktorer. Eckhoff (2001) lister opp sju forskjellige rettskildefaktorer i prioritert rekkefølge. Her følger lovtekster, lovforarbeider, rettspraksis (Domstolens praksis, særlig høyesterett er relevant), andre myndigheters praksis, før privates praksis. Det er også juridisk teori, som Eckhoff selv står for, og reelle hensyn til situasjonen i samfunnet generelt. Selv om Eckhoff (2001) sier at denne oppføringen er en smakssak, så er dette et godt utgangspunkt for oss. Det vi må ta ut fra dette er at; hvis vi har en rettskilde fra en av de ovennevnte faktorene som prioriteres over privates praksis, så blir sedvanerett et underordnet argument. I vårt tilfelle kan vi se at fkjl. §42 åpner for at «allminnelige rettsregler» skal vurderes. Dette styrker sedvaneretten i bytterett betraktelig i forhold til andre rettslige problemstillinger. Dette kan vi også se i sammenheng med forarbeidene gjort i forbrukerkjøpsloven, hvor det ble antatt at de sedvanene som var i bruk allerede fungerte godt. Det vi kan konkludere med er at sedvaner står ganske sterkt i handelen, og spesielt i forbrukerkjøpssituasjoner.

Det er flere forskjellige meninger om hva som skal til for at man kan kalle et gitt fenomen for en sedvanerett. Noen mener at det ikke kan settes faste krav, men at helheten må vurderes (Selvig, 2006). Andre er mer konkrete (Eckhoff, 2001). Alle er derimot enige om at hvis en sedvane skal bli en rett, må den ha vært brukt som gjeldene rett over lang tid.

#### **4.3.1 Sedvaner i handel**

Vi spør: i hvilken grad sedvane får virkning i et forbrukerkjøp av varer, spesifikt om det er en sedvanerett å bytte en feilfri vare. Hva skal til for at en handelsvane eller en praksis skal bli ansett som gjeldene rett, og dermed at sedvanene blir til en ulovfestet rett?

Kjøpsloven omtaler blant annet hvilken rolle sedvaner har i ordinære kjøp. Loven tar for seg allmenne regler om kjøp og salg. Den er i første omgang ment å regulere kjøp når alle



parter er likestilte, når alle parter er næringsdrivende eller når alle parter er private. kjøpsloven har utviklet seg i takt med handlevanene, og har tilpasset seg forbrukersamfunnet. Det har siden 1974 gradvis utviklet seg en ekstra beskyttelse for forbrukerkjøp når det gjøres handelsavtaler med yrkesselgere. Dette resulterte i at forbrukerkjøploven ble vedtatt i 2002.

Både kjøpsloven og forbrukerkjøpsloven har bestemmelser som legitimerer sedvaneretten som rettkildefaktor i kjøpsforhold. Utgangspunktet er at avtaler og handelsbruk går over det som er nedfelt i lov, jf. kjl. § 3. Her sies det uttrykkelig at «etablert praksis mellom partene, eller handelsbruk eller annen sedvane som må anses bindende mellom partene...». Noe liknende er presisert i forbrukerkjøploven, dog med et viktig unntak. forbrkjl § 3 sier at «Det kan ikke avtales eller gjøres gjeldende vilkår som er ugunstigere for forbrukeren enn det som følger av loven». Altså kan ikke kjøpsavtalen inneholde vilkår som gir forbrukeren dårligere rettigheter enn det loven sier. Dette stopper derimot ikke selgeren fra å gi fra seg rettighetene sine, slik at forbrukeren får bedre vilkår. Og det er her mye av sakens kjerne ligger. Har det blitt så vanlig for selgere å gi opp sine rettigheter at det kan ha blitt en sedvane?

#### **4.3.2 Bytterett som sedvane**

Først må vi se om bytteretten faktisk kan sies å være en sedvanerett. Eckhoff (2001 s.258) fremmer noen enkle «vilkår» eller retningslinjer for hva som kan ansees å være en sedvanerett. For det første må det vurderes hvor utbredt kutymen er. Her legges det blant annet vekt på hvor kjent den er og hvor spredt den er geografisk. Videre skal det drøftes hvor lenge, hvor konsekvent og hvor hyppig sedvanen har blitt fulgt opp og tatt til rette. En vurdering om kundens bytterett har blitt fulgt ut av forpliktelse fra selgeren eller på grunn av god service må også gjøres. Til slutt skal alt sees i en sammenheng. Vilkårene er ikke kumulative, så en ny kutyme kan, for eksempel, bli gjort gjeldende hvis den er sterkt utbredt og er fulgt både hyppig og konsekvent. Inn i helhetsvurdering vil det også være relevant å spørre om sedvanen er «god eller dårlig». Med dette menes om

sedvanen er nyttig for folk flest eller om det er en uvane som har etablert seg, som kun faller fåtallet til gode.

Før vi kan se hvordan Eckhoffs (2001) vilkår spiller inn, må vi se på hvilke bransjer dette faktisk er relevant for. Som sagt innledningsvis i denne oppgaven avgrenser vi til bokhandel-, kles-, dagligvare- og forbrukerelektronikkbransjene. Dette gjør vi fordi disse fire bransjene representerer ulike utfordringer i drøftingen om en sedvanerett om bytting finner sted. Bokhandel- og klesbransjen blir i flere faglitterære publikasjoner brukt som eksempel på at bytterett finner sted (Krüger 1999, Selvig 2006, Tverberg 2008). Forbrukerelektronikkbransjen tok vi med fordi de ledende kjedene i denne bransjen konkurrerer hardt for tiden om kundenes gunst, og gir med det fra seg flere avtalerettslige rettigheter (jf. Åpent kjøpt). Vi tok også med dagligvarebransjen som eksempel på hvor bytterett, selv om det kanskje ikke har så stor innvirkning, men vi håper det vil gi et litt annet perspektiv på bytteretten.

Det varierer mellom de forskjellige bransjene hva som er grunnlaget for at en kunde ønsker å bytte en feilfri vare. Hvis det er en genser kan det være at størrelsen ikke passet eller at fargen ikke matchet til den tiltenkte buksa. Det kan være den nye Jo Nesbø boka man allerede har et signert eksemplar av, en PC som ikke var kraftig nok til å spille den nyeste utgaven av Kabal eller feil merke av reseptfrie medikamenter. Det kan være et uendelige antall små og personlige grunner til at et produkt blir byttet eller returnert, men hvis vi tar et skritt tilbake og prøver å se alle disse små problemene i et større lys, så er det i hovedsak en generell grunn til at produkter blir byttet; varen man anskaffet var ikke forenelig med behovet man hadde.

Gapet mellom behovet man har og varen man fikk kan variere. Det kan argumenteres for at det er et mindre gap mellom behov og vare i tilfellet med ikke-matchende klær enn hvis man kjøpte feil type reseptfri medisin. Poenget er at bakgrunnen for at kunden ønsker å bytte er uvesentlig. Så lenge kunden ikke er fornøyd med produktet som ble kjøpt, skal det åpens for å få det byttet.

Det første av Eckhoffs (2001) vilkår vi skal se på er hvor utvidet sedvanen er. For å analysere hvor utbredt bytterett er som sedvane, mener vi at julaften er et godt eksempel. Hvis noe av det første som blir sagt etter at en gave er pakket opp er «Du kan jo bare bytte det», så er det en utbredt sedvane. Her stiller både klesbransjen og bokhandelen godt. Får man en skjorte som ikke passer, så får du byttet den, det samme gjelder bøker. Har man et kjøpsbevis på varen så kan man stort sett gå til en hvilken som helst butikk i samme kjede å bytte i noe man liker bedre. Til og med uten noe form for kvittering er sjansen stor for at produktet kan byttes inn.

Ser vi på gaver fra elektronikkbransjen, så er saken kanskje litt annerledes. Mange nordmenn er klar over at det tilbys «åpent kjøpt» ordninger, og velger gjerne det når man skal handle julegaver. Men hva hvis man ikke vet hva slags ordninger butikken man kjøpte varen i har? Hvis du ikke vet spesifikt at den butikken produktet er kjøpt i har bytterettsordninger? Kan man da forvente å få varen byttet? Vi har ingen kilder som sier noe om dette. Vår mening her er at man ikke kan forvente å få byttet denne varen. Det er sikkert noen butikker noen steder som går med på det, men vår mening er at dette ikke er mange nok til at vi kan anse det som utbredt.

Gaver fra dagligvarebransjen kan heller ikke forventes å få byttet. Her er det gjerne snakk om gaver av liten verdi, og saken blir noe av det samme ved elektronikkbutikker. Noen vil sikkert gå med på det, men ikke mange nok til at vi kan si at det er noe utbredt praksis.

Videre skal vi se på hvor konsekvent, hvor hyppig og hvor lenge sedvanen har pågått. Krüger (1999) sier at klesbransjen og bokhandelen er to handelsområder hvor det kan sies at bytte er en sedvanerett. Dette er på grunn av at disse to bransjene har hatt en lik praksis ganske lenge. Ser vi spesielt på klesbransjen er det svært vanlig å bytte klesplagg. Vi kan anta at et bransjeskifte til masseproduserte klær i store kjeder på 1960 tallet, ble raskt etterfulgt av et marked for bytting av klær. Hvis vi antar at dette var vanlig fra 1970 og utover så har det altså vært en sedvane for bytting av klær i snart 50 år. Og selv om det kanskje kun var store kjeder som godtok bytter før, har små butikker føyet seg i rekkene, da det kan bli oppfattet som dårlig service om de ikke hadde muligheten for å bytte varen de kjøpte til noe annet. Som vi har nevnt tidligere er klær vanlige gaver, og

det vil derfor skje med relativ stor hyppighet at det ønskes å bytte klær. Butikkene har vist seg å være konsekvente på det, og oppfyller dermed de tre vilkårene fra Eckhoff (2001).

Den andre bransjen Krüger (1999) nevnte var bokhandelen. Boktrykkerkunsten har vært med oss i over 500 år, og Norge fikk sitt første trykkeri i 1643 (Rannem, Borgersen og Kalleklev, 2016). Selv om det antageligvis tok et par hunder år før bøker var såpass vanlige at duplikater ville bli et problem, så er det ingen tvil om at det er en lang sedvane å få byttet bøker. I mer moderne tider, med krimforfattere som nesten opererer med monopol og ungdomsnoveller med fans dedikerte som få andre, er det ikke rart om man får både to og tre like bøker til jul eller bursdag. Vi holder det derfor som svært sikkert at selv uten en byttelapp så kan du få byttet boken, om den er i salgbar stand. Dette virker å være både konsekvent og hyppig. Det er derfor liten tvil om at også bokhandelstanden oppfyller Eckhoffs (2001) krav så langt.

Når det gjelder elektronikk- og dagligvarebransjen stiller saken seg litt annerledes. Vi mener at det her ikke var konsekvent nok for å kunne kalles en sedvanerett. Spesielt med tanke på at elektronikkbransjen er såpass ung som den er, i hvert fall forbrukersiden av den, kan man argumentere for at en eventuell sedvane for bytterett ikke er gammel nok til å kunne ha blitt en rett. Uansett er det for stort gap i praksisen mellom de forskjellige aktørene i dette markedet, så vilkåret om konsekventhet ikke er oppfylt. Ser vi dette sammen med vurderingen om hvor utbredt det er, er det ingen tvil om at vilkårene til Eckhoff (2001) så langt ikke er oppfylt, verken for elektronikk- eller dagligvarebransjen.

Det gjenstår to vilkår fra Eckhoff (2001) før en helthetsvurdering skal tas av oppfylte og ikke-oppfylte vilkår. Frem til nå har vi vurdert hvert vilkår opp mot bransjene individuelt, men de to siste vilkårene tenker vi å ta felles for alle bransjene. Det skal vurderes om bytterett blir godtatt av butikkene ut av en pliktfølelse og om bytterett er godt nytt for samfunnet. Vi velger å vurdere «handelsstanden» som en enhet i de siste vilkårene, da vi ikke ser noe distinkt forskjell på de forskjellige bransjene her.

Angående om bytteretten blir godtatt ut i fra en pliktfølelse, kan vi si at dette er et vanskelig vilkår å vurdere. Det har blitt skrevet veldig lite om i faglitteratur.

Bytteretten er en praksis som blir fulgt opp i veldig mange butikker og bransjer. På bakgrunn av dette vil vi anta at det derfor er en plikt. Den avgjørende forskjellen her blir om det er plikt på grunn av en avtale, eller om plikten tas til følge av en moralsk eller etisk grunn. Hvis bytte av en vare blir godtatt av selger, er det rimelig å anta at det var på grunn av at selger mente det var det riktig å gjøre, uansett om det var på bakgrunn av avtalerettslige prinsipper eller et etisk standpunkt. Dette er likevel ikke noe vi vil legge vekt på i en helhetsvurdering.

Et spørsmål av større verdi er derimot om en sedvanerett for bytting av feilfrie varer er en «god» eller dårlig ting. Eckhoff (2001) sier, «Når vi karakteriserer noe som «godt», kan det dels bety at vi anser det for å være godt i seg selv, og dels at vi anser det for å ha ønskelige virkninger. I det siste tilfeller bruker vi ofte karakteristikker som f.eks. «nyttig», «hensiktsmessig» eller «formålstjenlig»».

Selv om det kan argumenteres for at en slik frihet i større grad åpner for sløseri og impulsjøp fordi man «bare kan bytte senere», så virker det på oss som en slik ordning heller hjelper til for å forhindre sløseri. Klær man får i gave som ikke faller i smak eller bøker man har fra før kan leveres tilbake i stede for å legges ned i en boks på loftet. I dagens samfunnet med et stort fokus på bærekraftighet er en slik ordning utelukkende positiv.

Et annet poeng er at en slik sedvane vil ha svært få ulemper. For det første vil det være utelukkende positiv for forbrukerne. For det andre vil det være relativt små konsekvenser for butikkene. Betingelsene for bytte er blant annet at varen uten problem skal kunne legges ut for salg igjen, så et lite avslag av originalprisen løser ofte de innvendinger kundene skulle ha. Vi kan dermed ikke si annet enn at en sedvanerett for bytting av varer er en god ting for samfunnet, uansett hvilken bransje det skulle være snakk om.

Ser vi alt under ett, så kommer det klart frem hvilke bransjer som har grunnlag for bytterett. Bokhandel- og klesbransjen fyller alle vilkår Eckhoff har foreslått. På den andre siden fyller elektronikk- og dagligvarebransjen opp noen av vilkårene, da sett bort i fra «godhets»-vilkåret, som var felles for dem alle. Dette stemmer overens med det Krüger (1999) sa om at det fantes en sedvanerett for bytting av bøker og klær. Vi konkluderer dermed med at bokhandel- og klesbransjen har en sedvanerett for bytting av feilfrie varer, mens elektronikk- og dagligvarebransjen ikke har det.

## 5.0 Konklusjon

Oppgaven har i korthet handlet om tre hoveddeler. Avtalerett, angrerett og bytterett.

Avtaleretten er grunnlaget for alt denne oppgaven har tatt for seg. Viktigheten av hvordan avtalen blir til og under hvilke omstendigheter er kritisk for tolkningen av både bytteretten og angreretten.

Angreretten handler kort fattet om å ta vare på forbrukeren når de blir utsatt for aggressiv markedsføring. Det mest relevante i denne oppgavens sammenheng er handel via internett. Vi har sett på noen interessante momenter i forbindelse med dette, blant annet "collect-at-store". Et tungveiende punkt er hvordan avtalen kommer til og hvor den blir ferdigstilt.

Bytteretten fordelte seg på to forskjellige deler. Avtalt eller ved en sedvanerett. Avtalt bytterett er nok vanligere enn en kanskje skulle tro. Veldig mange av de store kjedene opererer med mer eller mindre identiske løsninger for bytterett. Ofte innebærer dette en begrenset periode hvor kunden står fritt til å levere tilbake ubrukte og uskadde produkter. Avtalt bytterett kan også finne sted på en mer indirekte måte. Ved at butikkene utelater spesielle produkter, ofte salgsvarer, åpner de dermed opp bytte på ordinære varer.

Bytterett som sedvane oppstår kun når avtalt bytterett ikke finner sted. Derfor er det mest relevant i mindre butikker. Vi har vist i oppgaven at både bokhandel- og klesbransjen har en sedvanerett for bytting av produkter, hvis den uten problem kan legges ut til skal på ny. Kunden må også ha kjøpskvitering på produktet.

Vi stilte oss selv noen spørsmål i starten av oppgaven, som vi nå skal prøve å svare på. Vi lurte blant annet på om kunder må justere sine forventninger avhengig av hvilken bransje og kjede de handler i. Her må svaret være et ganske tydelig ja. Selv om det har vist seg å være en viss konsistens mellom bransjene, er det stor forskjell på hvordan eksempelvis forbrukerelektronikkbransjen og klesbransjen håndterer bytteordninger. En viss variasjon

er det også innad i de forskjellige bransjene, og det kommer det nok alltid til å være. De forskjellige kjedene vil alltid prøve å finne aspekter å konkurrere på, men så lenge dette går i favør for forbrukerne, er dette bare en fordel.

Vi spurte også om hva vi som forbrukere har krav på. Dette er et spørsmål vi håper vi har klart å svare på gjennom oppgaven. Vi sitter igjen med et inntrykk av at forbrukerne ofte har en urealistisk tro på sine egne rettigheter, men at de i bransjer som bokhandel og klesbutikker blir møtt gjennom en tradisjonsrik sedvanerett. Vi mener dette kan være noe å forske videre på, for å kunne gi et mer konkret svar.

Vår hypotese innledningsvis i oppgaven var at det ikke fantes noen sedvanerett for bytting av feilfrie vare. Vi mente at dette kun var god service fra butikkene. Det har vist seg å være feil, i hvertfall delvis. Som vi har vist i oppgaven har både bokhandel- og klesbransjen en sedvanerett for bytting av kurante varer.

Til slutt stilte vi spørsmålet som ble vår problemstilling. I hvilken grad har man rett til å bytte feilfri varer? Det vi sitter igjen med etter en slik oppgave er en ny respekt for avtalen man gjør med selger når man handler varer. Små detaljer som uoppmerksomme kunder ikke engang ser kan være avgjørende for om man får byttet sin vare eller ikke. Som et forsøk på å svare på et stort spørsmål vil vi si at det i stor grad skal være mulig å bytte feilfrie varer. Det har sine unntak og sine restriksjoner, men har man papirene i orden og produktet fungerer som det skal, kan man handle med trygghet.



# Litteraturliste

Aabakken, Jogrim «Disse butikkene tilbyr åpent kjøp» Din side. 14.02.2010

<http://www.dinside.no/835436/disse-butikkene-tilbyr-aapent-kiop>

- «Angrerett: ikke når du betaler i butikk» Din side. 23.06.2010

<http://www.dinside.no/845433/angrerett-ikke-naar-du-betaler-i-butikk>

Barne- likestillings- og inkluderingsdepartementet. 2013. Gjennomføring av direktiv

Eckhoff, Torstein, Rettskildelære 5.utgave Universitetsforlag, Oslo, 2001

Europaparlamentet «Directive 2011/83/EU og the European parliament and of the council of 25 october 2011. Frigitt 22.11.2011

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0064:0088:en:PDF>

Google, s.v. «Hvilke data samler google inn?» 05.03.2016.

[https://privacy.google.com/intl/no\\_ALL/data-we-collect.html](https://privacy.google.com/intl/no_ALL/data-we-collect.html)

Kalleklev, Katrine & Borgersen, Odd & Rannem, Øyvin. Boktrykkerkunst

Sist oppdatert 02.03.2016, lesedato 15.04.2016 <https://snl.no/boktrykkerkunst>

Krüger, Kai. Norsk kjøpsrett 4. utgave, Fagbokforlaget, 1999

Martinussen Roald, Kjøpsrett 5.utgave, Cappelen Akademisk Forlag, Oslo, 2004

Meltvedt, Mathilde Lund, Oppgavesamling i Avtalerett, Universitets forlag, Oslo, 2014

Regjeringen 2014. *IMI*. Nærings- og fiskeridepartementet.

<https://www.regjeringen.no/no/dep/nfd/ansvar/areas-of-responsability/imi/id517140/>

Sist oppdatering 13.06.2014. Lest 05.05.2016

Saxegaard Margaret, Foredrag for Moldestudenter, Oslo, 2016

Selvig Erlend, Kjøpsrett til studiebruk 3.utgave, Universitetsforlag, Oslo, 2006

Smartepenger.no, «Bytterett» Publisert 30.01.2015, lest 23.02.2016

Tveberg, Arnulf, Forbrukerkjøpsloven med kommentarer, Gyldendal Akademiske, Oslo, 2008

Woxholth, Geir, Avtalerett i et nøtteskall, Gyldendal Juridisk, Oslo, 2014

2011/83/EU om forbrukerrettigheter

Regjeringen.no «Proposisjon 64 L (2013-2014) Lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven) (gjennomføring av direktiv 2011/83/EU om forbrukerrettigheter) »

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/Prop-64-L-20132014/id755470/?ch=1&q=>